

News release

Original Marines di nuovo in Esterna con Clear Channel

Milano, 2 ottobre 2014. **“Be Original”** è il claim della nuova campagna pubblicitaria Original Marines per la collezione Autunno/Inverno 2014-2015.

“Be Original” racconta il catalogo e la campagna pubblicitaria Autunno-Inverno 2014-2015 di Original Marines, firmati dal noto fotografo **Oliviero Toscani**. Original Marines ha scelto Napoli come location per lo street casting *“Ogni scarrafone è bello a ... Oliviero Toscani”*, selezionando bambini e ragazzi “facce vere napoletane” per interpretare la nuova collezione e la nuova campagna di comunicazione.

Questa scelta è stata fatta con la consapevolezza di far risaltare la spontaneità, la naturalezza, l'allegria e la spensieratezza di bambini, fratelli e mamme che vivono la quotidianità insieme alle loro emozioni, creando così un forte e immediato riconoscimento per un marchio da interpretare ognuno con il proprio stile.

La campagna nazionale multisoggetto **Original Marines**, attualmente on air, è stata pianificata sui circuiti **Clear Channel** nelle più importanti città italiane - tra le quali spiccano Roma, Venezia, Napoli, Torino, Bologna, Catania, Genova e Milano - prevedendo affissioni su poster di forte impatto e integrandola con impianti small format e di arredo urbano quali gli 8MQ e gli FSU di Milano.

La campagna Original Marines è stata inoltre declinata adesivando in **Total Body** dieci FSU di Milano, di cui due posizionati vicino agli store Original Marines in Corso Buenos Aires e Corso XXII Marzo.

Su tutti gli FSU di Milano **Original Marines** ha inoltre impiegato lo strumento **Connect**, la nuova piattaforma pubblicitaria interattiva e mobile di **Clear Channel**. Questa tecnologia è stata ideata per fornire maggiori opportunità di connessione tra i consumatori e i loro prodotti in modo innovativo, immediato ed efficace. Si vive questa esperienza appoggiando lo smartphone al Tag NFC o scansionando il codice QR di **Connect** per aprire immediatamente una porta online sul brand. Si avrà così un collegamento diretto su dei esclusivi video **Original Marines**, girati durante il casting e il backstage della campagna, e che hanno come protagonisti, i sorrisi e i volti dei bambini **Original**.

Il CEO di Clear Channel Italia, **Paolo Dosi** così commenta: *“Ancora una volta Original Marines ci ha scelti per la nostra originalità che soddisfa il principale obiettivo di questo brand, cioè raccontare una collezione in modo singolare e diverso per distinguersi dagli altri. Siamo convinti che questa pianificazione contribuirà al successo della campagna in termini di visibilità ed*

efficacia e siamo sempre entusiasti di collaborare con Original Marines per gli audaci progetti di comunicazione che è sempre disposta ad attuare e che sono di grande stimolo creativo per la nostra attività”.

Pierpaolo Nave, Marketing & Product Director di Clear Channel Italia, inoltre afferma: *“siamo particolarmente soddisfatti nel vedere che un nostro Cliente abbia da subito sposato l’iniziativa multimediale di Connect, vivendo l’accostamento dell’OOH classico con il mondo del Digital come una soluzione comunicativa di grande ritorno su un target di riferimento particolarmente eterogeneo. La duttilità dello strumento digitale assieme all’effetto impattante della Vestizione dei nostri FSU (con richiamo grafico “Call to Action” e selezionati su specifiche posizioni della città di Milano) consentono alla campagna di presentarsi al Consumatore in modo più impattante ed interpretando quindi al meglio le virtù proprie di una Comunicazione trasversale e non più troppo mono media”.*

Domenico Romano, Direttore Marketing Original Marines, sottolinea: *“Con la campagna di comunicazione ‘Be Original’, il nostro brand ha intrapreso un nuovo percorso per ricercare nuove e diverse forme di originalità. Siamo entusiasti del progetto studiato per noi da Clear Channel, che ci permette di presentare la nuova campagna pubblicitaria in modo innovativo con una declinazione multimediale e personalizzata, in grado di coinvolgere direttamente i nostri consumatori, attraverso nuovi mezzi e tecnologie interattive”.*

Notes for the Editor:

About Clear Channel Italia

Clear Channel Italy è una concessionaria leader nel settore dell’Out-of-Home.

E’ presente in Italia con sedi a Milano, Padova, Roma, Napoli, Bari, Palermo e Catania.

Oltre **200** sono le risorse che lavorano su tutto il territorio nazionale.

Attualmente **Clear Channel Italy** gestisce **6.500 poster**, oltre **9.000 spazi di arredo urbano**, **20.000 impianti speciali di piccolo formato** e **330digital display**, confermandosi leader nel mercato dell’Out-of-Home.

Clear Channel Italy, che rappresenta circa il **19%** del mercato dell’esterna italiano, costituisce un modello innovativo, dinamico e flessibile, caratterizzato da un approccio locale ma che sfrutta la propria scala globale, utilizzando impianti pubblicitari di elevata qualità.

Clear Channel Italy appartiene alla divisione internazionale del Gruppo **Clear Channel International (CCI)**, che gestisce campagne di pubblicità Out-of-Home in 28 paesi in Europa, nell’area Asiatico-Pacifica e Latino-Americana. Il Gruppo ha un patrimonio in continua crescita, attualmente composto da 650.000 display, che comprendono sia formati tradizionali che digitali, spaziando dai poster, all’arredo urbano, ai transit, a soluzioni di comunicazione nei punti vendita e negli aeroporti. Ha più di 5.800 dipendenti e, nel 2012, il suo fatturato è stato di \$1.668m.

About Clear Channel International (CCI)

CCI works with advertisers to create inspiring out-of-home advertising campaigns, enabling brands to meet and engage people when they are out and about in 30 countries across Europe, the Asia-Pacific region and Latin America. The company has a growing portfolio that is currently made up of 650,000 displays which span traditional and digital formats on roadside billboards, street furniture and in retail, point of sale, airport, transit and lifestyle environments. It employs 5,800 people and, in 2012, its reported revenue was \$1,668m.

CCI is part of Clear Channel Outdoor Holdings, Inc (NYSE:CCO), the world's leading out-of-home advertising company with operations in some 30 countries and reported total revenues of \$3 billion USD in 2012. CCO is, in turn, 89% owned by Clear Channel Communications, Inc., the global media and entertainment company. The remaining 11% of CCO is traded on the New York Stock Exchange.

Press contact:

Monica Brocca
Communications Manager
Clear Channel

Via Cellini, 66 – 35027 Noventa Padovana (PD)

tel. +39 (0)49 8955252

cell. +39 342 1515223

www.clearchannel.it

About Original Marines

Nato agli inizi degli anni Ottanta per volontà di alcuni imprenditori campani, Original Marines è un marchio della IMAP Export Spa, una dinamica realtà che produce e commercializza linee d'abbigliamento dallo stile casual e sportivo. Original Marines, che ha chiuso il 2013 con un fatturato di oltre i 227 milioni di euro, è presente sul territorio nazionale con 532 punti vendita in franchising, 65 tra punti vendita diretti e Cartoon Village e 93 negozi in Europa, Asia e Africa.

Press contact:

Ufficio Stampa Original Marines

Image Building – Via Privata Maria Teresa, 11 - Milano

Tel. 02 89 011 300 – mail to: originalmarines@imagebuilding.it